

# **PENGARUH SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi kasus pada pusat perbelanjaan Luwes jalan Solo-Karanganyar  
Km 6.7, Dagen, Jaten, Karanganyar)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

**ABDUL ROKHIM**

**B100130090**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2018**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **PENGARUH SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi kasus pada pusat perbelanjaan Luwes jalan Solo-Karanganyar Km 6.7,  
Dagen, Jaten, Karanganyar)

### **PUBLIKASI ILMIAH**

OLEH :

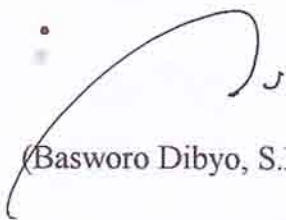
**ABDUL ROKHIM**

**B100130090**

**Telah diperiksa dan disetujui oleh :**

Surakarta, 02 Juni 2018

Pembimbing Utama



(Basworo Dibyo, S.E., M.Si)

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi kasus pada pusat perbelanjaan Luwes jalan Solo-Karanganyar Km 6.7, Dagen,  
Jaten, Karanganyar)

OLEH:

**ABDUL ROKHIM**

**B100130090**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**




**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Pada Hari Sabtu, 02 Juni 2018**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

#### Dewan Penguji

1. **Drs. Ma'ruf, M.M**  
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D**  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Basworo Dibyo, S.E., M.Si**  
(Anggota II Dewan Penguji)

(  )  
(  )  
(  )

**Dekan,**



**(Dr. Syamsudin, M.M)**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah publikasi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Juni 2018



**ABDUL ROKHIM**

**B100130090**

# **PENGARUH SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi kasus pada pusat perbelanjaan Luwes jalan Solo-Karanganyar Km 6.7, Dagen, Jaten, Karanganyar)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen di pusat perbelanjaan luwes. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Luwes dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Berdasarkan hasil uji t dan uji F menunjukkan bahwa variabel Suasana Toko dan Lokasi signifikan mempengaruhi Minat Beli baik secara individu maupun secara simultan. hasil perhitungan determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,342, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model ( Suasana Toko dan Lokasi Toko) menjelaskan variasi Minat Beli di Luwes sebesar 34,2% dan 65,8% sisanya dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

**Kata Kunci :** Suasana Toko, Lokasi, Minat Beli.

## **Abstract**

This study aims to analyze the effect of store atmosphere and location on consumer buying interest in flexible shopping center. This type of research is a quantitative research. The population in this study were consumers in Luwes and the sample in this study amounted to 100 samples. Data collection using questionnaires. Based on the result of t test and F test indicate that Store Atmosphere and Location variable significantly influence Buy Interest either individually or simultaneously. the calculation of determination ( $R^2$ ) is 0.342, this means that the independent variables in the model (Store Atmosphere and Store Location) explain Buying Interest variation in Luwes of 34.2% and the remaining 65.8% is explained by other factors or variables outside the model .

**Keywords:** Store Atmosphere, Location, Buy Interest.

## **1. PENDAHULUAN**

Setiap kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan di era global ini. Terutama di pusat perbelanjaan Luwes yang saat ini usahanya sudah berkembang pesat. Pasar yang semakin dinamis menuntut para pelaku bisnis untuk secara terus menerus berimprovisasi dan berinovasi untuk menarik minat konsumen. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan akan adanya pusat perbelanjaan di jaman modern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaanya agar dapat bersaing di pasar.

Perusahaan harus berusaha mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu

meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaanya dengan cara memunculkan keunikan atau perbedaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan ritel modern lainnya untuk dapat menarik minat beli konsumen. Menyikapi hal ini, perusahaan ritel modern dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar minat beli konsumen selalu terjaga dan terus meningkat. Untuk menarik minat beli konsumen agar melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan memberikan suasana toko yang nyaman dan menyenangkan bagi konsumen serta lokasi toko yang mudah untuk diakses.

Melalui suasana yang sengaja diciptakan, perusahaan ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Toko harus membentuk suasana toko yang sesuai dengan pasar Sasarannya dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Namun banyak pemilik toko yang tidak begitu mepedulikan suasana tokonya dengan menaruh barang dagangan yang tidak sesuai pada tempatnya sehingga menyulitkan pembeli untuk mencari barang yang akan dibelinya. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.

Dengan adanya suasana toko yang baik, maka dalam suatu perusahaan ritel modern dimungkinkan terjadi peningkatan penjualan, dari suasana toko yang baik karyawan juga menjadi modal utama untuk menarik minat konsumen dengan baik agar mampu mencapai tujuan perusahaan dalam penjualanya. Perusahaan merasa memerlukan keunikan tersendiri dibandingkan toko lain, baik dari karyawan maupun desain tokonya agar lebih menarik minat beli konsumen guna mencapai tujuanya.

Hal yang harus diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yaitu penjual harus dapat menampilkan kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual barangnya. Kesan tersebut dapat membentuk sebuah citra terhadap tokonya. Hal ini sesuai pendapat Sutisna (2001: 64) bahwa suasana toko (store atmosphere) juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Jika toko dilengkapi dengan pengaturan ruangan yang nyaman, penyejuk udara, dan artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk, semua menunjukkan adanya suasana toko yang berkelas. Dengan demikian suasana toko dan lokasi yang tepat dapat menjadi sarana komunikasi yang positif, menguntungkan dan memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pusat perbelanjaan Luwes adalah toko yang menjual berbagai macam barang-barang kebutuhan pokok, pakaian serta terdapat arena permainan untuk anak-anak.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang dapat memulai riset dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan suatu pengajuan hipotesis. Berdasarkan tujuan dan permasalahan dengan suatu penelitian ini, maka penelitian ini berjenis deskripsi dan kuantitatif. Penelitian deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Luwes. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Method* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan (Sugiyono, 2012: 96). Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah konsumen di Luwes.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Uji Normalitas

Tabel 1  
Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Sig (2-tailed)	$\alpha$	Keterangan
Undstandardized residual	0,773	0,588	0,05	Normal

Sumber: Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari variabel Suasana Toko dan Lokasi Toko dan Minat Beli sebesar 0,588 ternyata lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

### 3.2 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2  
Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
(Constant)	3,280
Suasana Toko	0,083
Lokasi Toko	0,183

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 3,280 + 0,083 X_1 + 0,183 X_2$$

### 3.3 Uji t

Tabel 3  
Uji t

Keterangan	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan
Suasana Toko	2,828	1,985	0,006	ada pengaruh individu
Lokasi Toko	3,401	1,985	0,001	ada pengaruh individu

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

#### a. Pengujian pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 2,828 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Suasana Toko terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan hipotesis pertama yang menyatakan “Diduga Suasana toko berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Luwes” terbukti kebenarannya.

#### b. Pengujian pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 3,401 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Lokasi Toko terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan hipotesis kedua yang menyatakan “Diduga lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Luwes” terbukti kebenarannya.

### 3.4 Uji F

Tabel 4  
Uji F

F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan
25,196	3,090	0,000	ada pengaruh secara simultan

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,196, angka tersebut berarti  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  sehingga kedua variabel Suasana Toko dan Lokasi Toko signifikan mempengaruhi Minat Beli di Luwes secara simultan. Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan hipotesis ketiga yang



menyatakan “Diduga Suasana Toko dan Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Luwes” terbukti kebenarannya.

### 3.5 Uji $R^2$ ( koefisien determinasi )

Tabel. 5

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<b>R</b>	<b><math>R^2</math></b>	<b>Keterangan</b>
0,585	0,342	Persentase pengaruh 34,2%

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,342, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model ( Suasana Toko dan Lokasi Toko) menjelaskan variasi minat beli di Luwes sebesar 34,2% dan 65,8% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

## 4. PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

- 1) Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa nilai hasil dari  $t_{hitung}$  variabel Suasana Toko sebesar 2,828, variabel Lokasi Toko sebesar 3,401 dan nilai  $t_{tabel} = 1,985$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Suasana Toko dan Lokasi Toko terhadap Minat Beli secara individu.
- 2) Berdasarkan uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,196 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,090. Angka tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  sehingga keputusannya menolak  $H_0$ . Dengan demikian secara simultan variabel Suasana Toko dan Lokasi Toko signifikan mempengaruhi Minat Beli..
- 3) Dari hasil perhitungan determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,342, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model ( Suasana Toko dan Lokasi Toko) menjelaskan variasi Minat Beli di Luwes sebesar 34,2% dan 65,8% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, Bangun Wibowo. 2015. Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

- Adi, Ignatius Venta Wijaya. 2015. Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada distro Koffin Store di Yogyakarta). Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pesamaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ashari, A. 2012. Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. *Skripsi, Universitas Hasanudin, Makassar*.
- Engel , James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. 2005. *Perilaku Konsumen*, Terjemahan Budiayanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel , James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. Hal. 3.
- Ferdinand, Auguty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Pedoman Penelitian untuk Skripsi Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analitis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Keempat, Penerbit : Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Elita, dan Setiaman. 2012. Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. Universitas Padjajaran. Vol 1. No 1.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Lamb, Hair and Mc Daniel. 2012. Pemasaran, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Levy, M., & Weitz, B. A. 2001. *Retailing Management (4th ed.)*. Richard D. Irwin Inc.
- Lupiyoadi, R. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia
- Mehta, Abilasa. 1994. How Advertising Response Modelling (ARM) can Increase Ad Effectivess: *Journal of Advertising Research*, vol 34, p.62.

- Meldarianda, Resti. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 17, No. 2, hal. 97-108, dalam Universitas Kristen Maranatha.
- Nugroho, Marno, dan Ratih Paramitha. 2009. “Analisis Pengaruh Lokasi , Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Januari*, Vol 10, No.1.
- Purnama, Luvi. 2011. Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung: *Skripsi Universitas Pasundan*.
- Putra, Nandi Eko. 2011. “Analisis Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig Distro Padang”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Schiffman, Leon G, and Kanuk, Lazar. 2006. *Consumer Behavior*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua: Jakarta : PT.Indek Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep & Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2007. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jilid Pertama. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi